

Postolovsky, Glen (julio 2005). *La concentración de medios en la Argentina : Los dueños de la palabra*. En: Encrucijadas, no. 33. Universidad de Buenos Aires. Disponible en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad de Buenos Aires: <<http://repositorioubasibsi.uba.ar>>

## **La concentración de medios en la Argentina**

### **Los dueños de la palabra**

*El alto grado de concentración que presenta la propiedad de los medios de comunicación en Argentina debe verse como un proceso que tiene su origen en las políticas instrumentadas por la última dictadura militar. El gobierno menemista profundizó el modelo neoliberal, consolidando un sistema de medios caracterizado por la concentración de la propiedad, la participación activa de actores extranjeros y la alta penetración del capital financiero. La crisis de fines de 2001 debilitó el discurso libremercadista y permitió el regreso de temas que parecían haber desaparecido de la agenda pública durante la década del '90. Así, un conjunto de distintos grupos sociales comenzó a impulsar una nueva ley de radiodifusión que reemplace al decreto militar que todavía permanece vigente. El proyecto propone que el Estado garantice el pluralismo informativo y cultural, como condición necesaria para el ejercicio democrático. Ejercicio que resulta inviable en un sistema donde apenas unos pocos controlan la información.*

### **GLEN POSTOLVSKY**

Profesor en la Carrera de Ciencias de la Comunicación.

Docente, Investigador de la Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

### **Parto con dolor**

Las reformas estructurales al modelo productivo implementado a partir de 1976 por la dictadura y la imposición de medidas neoliberales llevaron a una orientación concentradora de los capitales en diversos sectores de la economía. A pesar de sostener un discurso privatista a ultranza, las Fuerzas Armadas no cedieron la gestión de los principales medios de radiodifusión (que venían siendo dirigidos por el Estado desde el gobierno civil precedente), para utilizarlos en la búsqueda de consenso y en la difusión de las profusas campañas de acción psicológica. La conciliación de intereses con los empresarios del sector prohicieron el decreto ley de radiodifusión 22.285 sancionado en 1980. La norma fue diseñada por funcionarios del Poder Ejecutivo con el asesoramiento de las principales asociaciones empresariales, de ahí que su contenido sea el resultado de dichas coincidencias: al Estado se le garantizó el control ideológico y para los empresarios el fin de lucro. En la norma se expresan los rasgos centralistas y autoritarios que regían la lógica del dominio militar. Dentro del articulado se establece que: "Los servicios de radiodifusión deberán difundir la información y prestar la colaboración que les sea requerida, para satisfacer las necesidades de la Seguridad Nacional". Esto está actualmente en vigencia.

La inacción radical dio paso a la profundización del modelo neoliberal implementado en la primera y segunda presidencias de Carlos Menem, lo cual generó las condiciones para la consolidación de un sistema de medios signado por la concentración de la propiedad, el ingreso de actores extranjeros y la alta penetración del capital financiero.

### **Tendencias internacionales**

Desde mediados de la década del ochenta, los medios de comunicación masivos se han convertido en uno de los sectores más dinámicos de la economía. Como señala Giuseppe Richeri: “El valor económico de los mass media impone su evidencia, cuando los problemas estratégicos de las empresas se desplazan del sector de la producción al de la comercialización, a causa de la creciente competencia, de la ampliación de los mercados y de la transformación de las redes de distribución. Al evidenciarse esta creciente función económica, crece simultáneamente la demanda de productos y servicios que ofrece la industria de los medios” [1]. Comienzan a darse los fenómenos de integración empresarial, concentración del mercado, transnacionalización y el pasaje de los grupos monomedia a su diversificación multimedia.

Varias causas confluyeron durante aquellos años para producir un cambio cualitativo del negocio mediático. La crisis de los sistemas públicos en Europa, la irrupción de nuevas tecnologías de distribución como el cable o el satélite, y la posibilidad de la convergencia dada por la digitalización de las señales, generaron una dinámica novedosa: “La actividad empresarial referente a los medios que afecta a la producción y a la venta de bienes materiales (libros, periódicos, etc.) e inmateriales (programas audiovisuales y derechos de utilización), a la producción y a la venta de audiencia (por la inserción publicitaria), a la administración de servicios (agencias publicitarias), a la intermediación (concesionarios publicitarios). Y además de todo esto, en muchos casos, está estrechamente unido a la industria electrónica que realiza los medios de producción, transmisión y recepción. Cada uno de estos sectores de actividad está caracterizado por lógicas específicas que requieren una competencia y una profesionalidad especiales, pero ofrecen oportunidades evidentes de llevar a cabo estrategias de integración vertical y horizontal. Las previsiones de una constante expansión del sector a medio y largo plazo, junto a la posibilidad de ejecutar procesos de integración particularmente favorables, acrecientan la afluencia de nuevos actores en este ámbito y la creación de nuevas iniciativas” [2].

En los noventa se dinamizan todas las tendencias que se vienen desarrollando en la etapa anterior, merced a la desregulación de los mercados potenciada por la nueva legislación de los EE.UU. a partir del año 1994. Los conglomerados avanzan en la tendencia de las fusiones entre empresas de entretenimiento, de telecomunicaciones y de software, teniendo como objetivo estratégico la visión de la anunciada “supercarretera de la información”. Así, a escala internacional se constituye un grupo reducido de grandes corporaciones de medios, con elevada liquidez económica y una fuerte competencia en la gestión de los recursos financieros, que disputarán el control del mercado mediático global.

Los últimos años del siglo pasado estuvieron signados por una serie de “movimientos estratégicos” de los grandes conglomerados multimedios, que implicaron un conjunto de operaciones interempresas basadas en movimientos de apropiación (adquisiciones mayoritarias, fusiones o absorciones). Cada nueva operatoria vino precedida por la afirmación “la mayor fusión de la historia de la economía”, sin otro tipo de valoración sobre sus efectos en las estructuras estatales y de lo político, el corpus legal, la constitución de la opinión pública y la democracia, o sobre sistemas y formatos de comunicación y construcción de sentido.

### **Modelo nacional**

La Argentina comenzó el proceso de privatización de los servicios de radiodifusión y de telecomunicaciones a fines de 1989, liderado por la adjudicación de los principales canales de televisión abierta del país. Esto, junto al otorgamiento de dos licencias en

régimen de exclusividad para operar telefonía, surgidas de la venta de la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (ENTel) durante 1990, marca el inicio de una etapa muy dinámica en el sector comunicaciones, caracterizada por un fuerte incremento de la inversión de capitales y de rentabilidad.

Mediante la sanción de las leyes de Emergencia Económica y de Reforma del Estado se adaptó la normativa para la radiodifusión. Entre los artículos modificados podemos señalar la derogación de la prohibición del ingreso de empresas vinculadas a medios gráficos o agencias de prensa al sistema de radiodifusión. También se deja sin efecto el límite a la composición accionaria de las SA de sólo 20 miembros, y la obligación del objeto único de explotación de las frecuencias para los licenciarios. Éstos podían ser personas físicas o jurídicas con fines de lucro, lo cual inhabilitaba a las sociedades intermedias (cooperativas, sindicatos, Iglesia, etc.) a poder ejercer la titularidad de un medio radioeléctrico.

La presión inicial de los actores locales hizo que no se permitiera la introducción de capitales extranjeros en el área de medios en 1989. Será recién a partir de la firma del Tratado de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones con Estados Unidos, en el año 1991 –y refrendado por ley del Congreso en el año 1994–, que finalmente caerá la barrera de entrada para el ingreso de los actores internacionales, lo cual implicó el desplazamiento de actores tradicionales del sistema.

Podemos señalar dos períodos: un primer momento (1989-1995), caracterizado por la presencia de capitales nacionales en un mercado de radiodifusión oligopólico, cuyas expresiones sobresalientes fueron los grupos multimedia, favorecidos por las privatizaciones. Las emblemáticas cabeceras de estos grupos fueron los canales de televisión de la ciudad de Buenos Aires (Canal 13 a Clarín y Canal 11 al grupo Telefé, integrado entre otros por la Editorial Atlántida de la familia Vigil). A ellos se sumaron otros grupos menores como los pertenecientes a Eduardo Eurnekián (Canal 2 de La Plata), Alejandro Romay (Canal 9), Héctor Ricardo García (diario Crónica y señal Crónica TV) y el incipiente Grupo Uno de la familia Vila, que gestionaba varios medios de la región de Cuyo.

Simultáneamente, en el sector de las telecomunicaciones se produjo el ingreso de entidades financieras y operadores internacionales manifestado en la alianza de Telefónica Internacional con el Citibank-CEI, para operar el mercado cautivo de telefonía básica nacional e internacional a través de la empresa Telefónica de Argentina. Durante su segundo mandato, Menem insistió con la misma línea político-económica que iba en concordancia o era establecida por el establishment. Sin embargo, los intereses coincidentes de grupos económicos nacionales, empresas extranjeras y banca internacional comenzaron a diluirse frente al declive del proceso privatizador. En esos años (1995-2000), el sector de las comunicaciones experimentó la transferencia de los principales medios de radiodifusión a nuevos agentes vinculados al mercado financiero, empresas de telecomunicaciones y operadoras internacionales de servicios de radiotelevisión.

Durante el bienio 1996-97, las comunicaciones ocuparon el primer lugar entre los sectores que recibieron inversiones extranjeras directas (IED), y llegaron a superar, en este sentido, al sector bancario-financiero. Casi 3000 millones de dólares se movilaron en las compras de medios de radiodifusión, incluidas fusiones y nuevas adquisiciones. Y sólo en

1998 circuló el 50 por ciento del volumen total negociado en el período 1990/98.

Fruto de esas inversiones y de un agudo proceso de concentración patrimonial, se conformaron dos grandes conglomerados mediáticos: el Grupo Clarín y la sociedad Citicorp Equity Investment (CEI)-Telefónica, que protagonizaron el duopolio [3] más significativo en las comunicaciones sociales de la Argentina de finales del siglo XX.

Fue a partir de la constitución de la sociedad CEI-Telefónica que se produjo la transformación más importante del sistema hertziano nacional. Con ella comenzó una serie de adquisiciones culminadas con la compra, en el período 1997-98, de los canales 9 y 11 de Buenos Aires, y las 14 emisoras provinciales vinculadas a éstos. Desde entonces, y tras varios intercambios de capitales, Telefónica se posicionó como el principal operador de la televisión abierta, y llegó a controlar, a principios de 2000 [4], 16 emisoras de TV abierta en todo el país y más de 74 emisoras de radio, lo que violaba absolutamente la normativa vigente.

La afirmación en torno de la aplicación de una política de desregulación en las comunicaciones, que da la idea de desaparición de regulaciones, se contradice con la clara orientación asumida por el Estado en la aplicación de estas medidas, que permite hablar de un proceso re-regulador, es decir una creciente intervención de la actividad normativa, con un sentido distinto del carácter tradicional. Si históricamente los Estados intervinieron en temas de política de comunicación para garantizar el pluralismo, a partir de los '90 van a operar con un criterio distinto, centralmente para estimular el desarrollo de los mercados y la concentración del capital.

Así, las características que bosquejaron el panorama mediático de la década del '90 fueron: la irrupción de grandes masas de capital financiero internacional, un acelerado proceso de concentración económica y la tendencia a adecuar la normativa a los intereses del sector privado. Ello requirió de un entorno social debilitado, la inexistencia de actores sociales relevantes por fuera del poder económico, un marco regulatorio funcional (sostenido en decretos, resoluciones del Poder Ejecutivo, ausencia de legislación antimonopólica y fallos judiciales favorables) y partidos políticos sin autonomía para generar una dinámica de discusión pública alternativa y limitados a administrar una menguada dimensión del poder. Situación potenciada por la ínfima presencia de los servicios estatales de radiodifusión, en franco peligro de extinción.

Como corolario de la década, en septiembre de 1999, a pocos meses de la finalización del gobierno de Menem, un nuevo decreto –Nro. 1005/99– elevó el número permitido de licencias de radiodifusión en manos de una misma empresa a 24, autorizó la constitución de redes privadas permanentes y flexibilizó las pautas de emisión de publicidad.

### **Dificultades**

El vendaval de la crisis desatada a fines del año 2001 en la Argentina se llevó los discursos del libremercado a ultranza, y logró desempolvar temas y palabras vedadas durante la década del '90. La agenda mediática, después de años de silencio, comenzó a mencionar y debatir sobre la importancia de la cultura nacional.

Así, la “preservación de las industrias culturales” se convirtió en una obligación ineludible del Estado. Luego de la modificación de la Ley de Quiebras durante el gobierno de emergencia de Duhalde, y a los pocos días de asumido el presidente Kirchner, se

sanciona la Ley de Preservación del Patrimonio Cultural, que venía a garantizar la continuidad del empresariado local al frente de sus negocios.

Si la protección del patrimonio cultural sólo se refiere al rescate del puñado de empresarios monopolistas que dominan la producción de bienes simbólicos, se tratará otra vez de un eufemismo para designar a la relación de patronazgo que vienen ejerciendo impúdicamente los dueños del poder mediático sobre los supuestos representantes del pueblo. Pero si dentro de las preocupaciones del Estado argentino está la de garantizar el derecho a la información para todos sus ciudadanos, se deberá discutir entonces el rol que deben cumplir los medios de comunicación (sean de gestión privada o estatal) en el marco de una democratización integral de la sociedad, en el cual el capítulo sobre la democratización de la información es de vital importancia.

Algunos proyectos recientes parecen destinados a dar la disputa por la apertura de un debate. Así, Iniciativa Ciudadana viene sosteniendo la necesidad de la sanción de una ley de radiodifusión para la democracia, que reemplace a la ley de la dictadura todavía vigente. Reclaman la obligación del Estado de garantizar el pluralismo informativo y cultural, como condición necesaria para el ejercicio democrático e inviable en un sistema donde unos pocos controlan la información. A la luz de las urgencias económico-sociales, estos temas aparentan no tener asignado un protagonismo central en la agenda pública. Por otra parte, las dimensiones de la relación entre gobiernos democráticos y medios masivos han manifestado ciertas continuidades preocupantes. El poder mediático ha demostrado su capacidad para imponer sus estrategias empresarias en el plano económico, las que delimitan el campo de acción, fijan regulaciones favorables a sus intereses y las aplican al resto de la sociedad. En el plano político, se ha agregado un cierto reemplazo virtual de la legitimación política no por la participación ciudadana, sino sostenida sobre la base de la opinión pública.

La modalidad, paradigmática, que asume este proceso, puede expresarse así: durante el período de “oficialismo” mediático, la política es obra del gobierno, del partido, de la persona que lo encarna, de ese otro al que apoyamos. La oposición, en cambio, no existe, se reclama. Tarea inútil, hace tiempo ya que ese lugar debe estar vacante, libre, para que lo asuman “los medios” en representación de la opinión pública, de la “gente”, cuando la política se atreve a desafiar el sistema de sus intereses. Queda claro, entonces, que la política queda subsumida a los intereses de los sectores dominantes, tanto económicos como mediáticos.

La extensión de las licencias por otros 10 años a los permisionarios de las señales de TV abierta 11 y 13, la recomposición económica de los principales grupos comunicacionales y el año electoral que se avecina son algunos signos que parecen dar cuenta de un escenario donde la alianza entre el poder mediático y la dirigencia política seguirá aletargando algunas discusiones.

## **Notas**

[1] Giuseppe Riccheri, “Panorama y tendencias de los medios. Sistema de comunicación, nuevos medios y grupos multimedia”, Roma, 1993.

[2] Ídem.

[3] La situación de duopolio multimediático se verificaba por cuanto estas empresas llegaron a controlar cuatro de los cinco canales abiertos de la Ciudad de Buenos Aires, el 95% de los abonados al sistema de televisión distribuida por cable, el diario de mayor circulación del país, las principales emisoras de radio AM y FM, una presencia dominante en la prestación del servicio básico telefónico y de telefonía celular, el acceso a Internet y

en la elaboración de contenidos en español.

[4] En marzo de 2000 se conocieron las negociaciones que colocaron a Telefónica Internacional como el principal operador de la televisión hertziana, al acordar con el principal accionista del CEI, HMT&F, la división de las empresas que integraban juntos. Paralelamente, los grupos redefinieron la propiedad de la firma Cointel (controla en un 60 por ciento de las acciones de Telefónica). Así el consorcio español pasó a manejar los canales abiertos, las radios y la totalidad de la prestadora de telefonía, cediendo el cable y la edición impresa.

*Este artículo fue escrito a fines de 2004*